PUISSANCE DU CANADA

MINISTÈRE FÉDÉRAL DE L'AGRICULTURE

BULLETINS Nos. 1 À 30

1905 À 1907

SÉRIES DU COMMISSAIRE DE L'INDUSTRIE LAITIÈRE ET DE LA RÉFRIGÉRATION

MAIN LIBRARY OF THE
DEPARTMENT OF AGRICULTURE
OTTAWA, ONTARIO

Book No. 637.04
C212
B.1-30fr

This book should be returned thirty days from date of loan. No stamps are necessary.

Digitized by the Internet Archîve
in 2012 with funding from
Agriculture and Agri-Food Canada – Agriculture et Agroalimentaire Canada

http://archive.org/details/delacooprationda18mcne

MINISTÈRE FÉDÉRAL DE L'AGRICULTURE

OTTAWA, CANADA.

DIVISION DU COMMISSAIRE DE L'INDUSTRIE LAITIÈRE ET DE LA RÉFRIGÉRATION

DE LA

COOPÉRATION

DANS LE

COMMERCE DES POMMES

Par A. McNEIL.

BULLETIN N° 18.

SÉRIE DU COMMISSAIRE DE L'INDUSTRIE LAITIÈRE ET DE LA RÉFRIGÉRATION

PUBLIÉ PAR ORDRE DE L'HON. SYDNEY A. FISHER,
MINISTRE DE L'AGRICULTURE, OTTAWA.

MAI 1907.

LETTRE D'ENVOI.

A l'Honorable Ministre de l'Agriculture.

MONSIEUR LE MINISTRE,

J'ai l'honneur de vous soumettre le bulletin n° 18 de la série du Commissaire de l'Industrie laitière et de la Réfrigération, intitulé " De la coopération dans le commerce des pommes ", et préparé par M. A. McNeill, chef du service des fruits de cette division. Ce bulletin présente un sujet d'actualité, et qui offre beaucoup d'intérêt aux producteurs de fruits Le succès qui a couronné les opérations de plusieurs sociétés coopératives de producteurs de fruits déjà organisées au Canada a éveillé l'attention sur ce mouvement et a créé une demande de renseignements que cette publication a pour but de satisfaire. Il importe que ceux qui se proposent de se lancer dans une entreprise de ce genre reconnaissent et mettent en pratique les vrais principes de la coopération. La forme seule ne suffit pas ; il faut que l'esprit de la coopération soit présent pour assurer le succès.

J'ai l'honneur de recommander que ce bulletin soit imprimé pour distribution générale.

J'ai l'honneur d'être, monsieur le Ministre,

Votre dévoué serviteur,

J. A. RUDDICK,
Commissaire de l'Industrie laitière et de la Réfrigération.

DE LA COOPÉRATION

DANS LE

COMMERCE DES POMMES

Par A. McNeill

INTRODUCTION

La coopération n'est pas chose nouvelle chez les cultivateurs canadiens. Les pionniers avaient déjà remarqué que, dans le défrichement de la terre, vingt hommes travaillant ensemble pendant une journée pouvaient faire plus de travail qu'un homme travaillant seul pendant vingt jours, aussi pendant longtemps, ils s'associèrent dans leur lutte contre la forêt Ils coopèrent encore aujourd'hui dans le battage du grain, dans l'industrie laitière, et, dans une moindre mesure, dans d'autres travaux. La coopération n'a pas, par elle-même, une efficacité spéciale ; mais, dans certaines industries, elle facilite beaucoup la réussite, et c'est là une chose que trop de cultivateurs canadiens paraissent ignorer. Ils appliquent la coopération dans une certaine mesure à la fabrication du beurre et du fromage, mais non à la production du bacon bien qu'il ne paraisse y avoir aucune raison fondamentale pour qu'il en soit ainsi. Les Danois, nos plus grands concurrents dans la production du beurre et du bacon suivent, avec le plus grand succès, les méthodes coopératives dans ces deux industries. Au Canada ces deux industries souffrent également du manque d'uniformité dans la qualité des produits, ainsi que de l'élévation des frais de production. La coopération corrigerait ces défauts.

Au Canada, la fabrication du fromage a été entreprise sur un pied semi-coopératif, tandis que la préparation du bacon a été confiée à des capitalistes, nullement intéressés dans la production de la matière première. Pourquoi cette différence ? Il serait intéressant d'en rechercher la cause. Et, fait singulier, dans l'industrie des pommes les deux systèmes se développent aussi, par suite d'une légère différence de conditions entre différentes parties du pays. Dans quelques cas des capitalistes nullement engagés dans la production de fruits possèdent et dirigent des entrepôts d'emballage. Ce système d'entrepôts centraux est un des faits les plus importants de ce développement.

Au Canada, c'est dans la partie sud-ouest d'Ontario que les premières associations co-opératives d'emballage et de vente de pommes ont pris naissance. Ces méthodes co-opératives se sont développées naturellement ; elles doivent leur origine aux conditions de l'industrie dans cette partie du pays. Pour bien comprendre les circonstances qui donnèrent lieu à leur adoption, il sera donc nécessaire de passer rapidement en revue les progrès de l'industrie des pommes au Canada, et les fluctuations du marché des pommes canadiennes durant ces quarante dernières années.

CULTURE DES POMMES DANS L'ONTARIO.

Il y a quarante ans, le cultivateur de l'Ontario écoulait facilement les fruits de son verger sur les marchés locaux, et aucune partie de la ferme ne rapportait plus que le verger proportionnellement à la dépense d'argent et de travail. Les nouveaux colons qui s'établirent dans la province suivirent la pratique, commune alors, de planter des arbres fruitiers et, avec le temps, on en vint à considérer la plantation d'un verger, dans l'établissement d'une ferme, comme une chose aussi essentielle que le défrichement de la terre. On choisissait les variétés de façon à répartir la production pendant toute la saison, depuis la moisson jusqu'à l'hiver. On y ajoutait toujours quelques nouveautés, à la requête des vendeurs d'arbres, dont les méthodes étaient souvent sujettes à caution.

Il en résulta un grand mélange de variétés, mais néanmoins chaque ferme avait son verger.

C'est ainsi que s'établirent, durant un quart de siècle, dans les parties Sud et Ouest d'Ontario, les nombreux petits vergers qui comptent aujourd'hui au total de 6,000,000 à 7,000,000 d'arbres productifs. Les variétés n'avaient pas été choisies avec soin, et les propriétaires n'étaient pas très experts dans la culture des pommes, les revenus de cette industrie n'étant pas assez importants pour les encourager à s'y spécialiser. D'autre part, les conditions naturelles étaient très favorables ; les insectes et les maladies fongueuses n'étaient pas très nombreux au début, et tant que les marchés locaux absorbèrent toute la production, on considérait le grand nombre des variétés comme avantage. Cependant, vers les années 1865-1870, la surproduction commença à se faire sentir, et durant les cinq années qui suivirent, surtout dans les milliers de vergers à quelque distance des grandes villes, la valeur des pommes devint presque nulle.

COMMENCEMENT DU COMMERCE D'EXPORTATION.

Ce fut alors que commença le commerce d'exportation des pommes, commerce qui a atteint aujourd'hui une valeur annuelle de $4,000,000 à $5,000,000. Au début les prix payés étaient très faibles, mais bientôt ces fruits bon marché se firent connaître sur les marchés anglais, où on les classa avec les pommes américaines, et ils se vendirent facilement. En peu de temps, le commerce fut établi sur des bases solides, et l'achat de pommes au Canada pour la vente en Angleterre devint, chez un grand nombre de marchands de fruits, une habitude régulière. Durant les premières années du commerce, les pommes étaient achetées en barils, prêts pour la vente. Cependant le manque d'expérience des cultivateurs dans le classement et l'emballage des fruits et la difficulté d'inspecter un grand nombre de petits envois occasionnèrent un changement dans les méthodes d'achat. L'acheteur se mit à acheter la récolte sur pied et organisa des groupes d'emballeurs qui se rendaient de verger en verger pour faire la cueillette et l'emballage. Le cultivateur donnait, au début, le logement et la pension à ces hommes ; quelquefois il faisait aussi la cueillette lui-même. Cette pratique a depuis été abandonnée.

RÉSULTATS DU COMMERCE D'EXPORTATION.

Avec l'établissement d'un commerce d'exportation de pommes avantageux, le verger redevint immédiatement une culture de très bon rapport. On établit de nouvelles plantations, particulièrement sur la côte nord du Lac Ontario, et le long des rivages de la Baie Georgienne. Profitant de l'expérience de leurs prédécesseurs, ces nouveaux producteurs choisirent leurs variétés avec le plus grand soin, dans le but presque exclusif de satisfaire la demande du marché étranger. Dans la plupart des cas, on limita à 3 ou 4 le nombre des variétés ; en même temps la superficie moyenne des vergers fut portée de 3 à 4 acres jusqu'à 10 et même 30 acres. Quand ces nouveaux vergers entrèrent en rapport il y eût une telle augmentation de production que les marchés étrangers les plus accessibles s'en ressentirent. De nouveau celle-ci dépassa la demande, et lors de la récolte phénoménale de 1896, dans toute l'Amérique du Nord, les prix des pommes, au Canada, tombèrent si bas qu'il resta peu ou point de profit au producteur. Cette année-là des milliers de barils furent donnés comme nourriture au bétail, ou pourrirent sous les arbres.

BAISSE DES PRIX.

Les chiffres suivants donneront une idée de la grandeur des pertes de pommes en 1896, et durant les années suivantes : D'après le bureau de Statistiques d'Ontario la récolte des pommes de 1900 se montait dans cette province à 12,300,000 barils ; les exportations totales durant la même année ne dépassèrent pas 678,651 barils, et comme il est peu probable que la consommation locale en ait absorbé plus de 4,000,000 il resta donc 7,620,000 barils qui ne purent être écoulés et, sans doute, la plupart de ces derniers furent entièrement perdus. Détail important, la perte des fruits ne fût nullement répartie également par tout la province ; elle fut beaucoup plus grande dans les anciens

vergers. Ce n'est pas que le fruit des anciens vergers fût de qualité inférieure ou que la production fût beaucoup moins abondante que dans les nouvelles plantations, mais les méthodes de récolte et de vente étaient trop coûteuses pour permettre aux propriétaires de soutenir la concurrence avec les nouveaux vergers. Par conséquent, les acheteurs sérieux limitèrent leurs opérations à de très petites parties du Sud et de l'Ouest d'Ontario, et abandonnèrent tout le reste, sauf dans les années de mauvaises récoltes. Les acheteurs irresponsables eurent alors le champ libre. Ceux-ci avaient pour méthode de gagner la confiance des producteurs une saison, afin de mieux les tromper l'année suivante, plusieurs ayant, de cette manière, extorqué, à une seule localité, des sommes variant de quelques centaines à plusieurs milliers de piastres. Il ne faut donc pas s'étonner si maints cultivateurs abattirent leurs vergers. Disons cependant que dans la plupart des cas des conseils plus sages prévalurent.

ENQUÊTE SUR LA SITUATION.

Cependant, tandis qu'on abattait les vergers dans certaines parties de la province, la plantation continuait avec vigueur dans d'autres parties. Emues de cet état de choses, et voulant en connaître la raison, les autorités gouvernementales et privées ordonnèrent une enquête minutieuse. Cette enquête établit que les produits des nouveaux vergers répondaient aux besoins des marchés étrangers, et que, dans ces conditions, l'industrie était avantageuse, tandis que les anciennes et petites plantations ne pouvaient remplir les conditions demandées.

On trouva que, pour satisfaire la demande étrangère, quatre conditions étaient nécessaires, savoir :—

1. De grandes quantités de fruits.
2. Un petit nombre de variétés.
3. Méthodes uniformes d'emballage, de classement et de vente.
4 Emploi d'une main d'œuvre habile.

SYSTÈME D'EMBALLAGE ET DE VENTE.

Pour remplir ces conditions, on préconise diverses méthodes. Chacune a ses avantages et ses inconvénients.

1. Le producteur de fruits fait la cueillette, l'emballage et la vente pour son propre compte.

2. Le producteur vend la récolte sur les arbres, l'acheteur faisant la cueillette et l'emballage.

3. Le producteur vend, fait la cueillette et l'acheteur fait l'emballage.

La vente peut se faire en bloc, ou au baril, avec un prix uniforme pour les barils de première et de seconde qualité, ou à un prix différent pour chaque qualité.

La première méthode ne permet pas de rassembler une quantité suffisante de fruits pour faire impression sur le marché. Pour obtenir un bon débouché, il faut faire des frais considérables, et ces frais sont à peu près les mêmes quelle que soit la quantité de produits expédiés. En outre, on ne saurait, avec cette méthode, obtenir de l'uniformité dans les grandes expéditions. Elle est limitée surtout aux marchés locaux.

La deuxième et la troisième méthode permettent de réunir, sous la même marque, une plus grande quantité de fruits, avec une certaine uniformité. Mais elles exigent des frais excessifs, qui, en fin de compte, sont soldés par le producteur.

Dans la cueillette des pommes, les hommes ne sont employés que quelques semaines par an. Bien entendu, dans ces conditions, les salaires sont très élevés et le travail est souvent peu satisfaisant. Un acheteur a parfois de 10 à 15 groupes d'hommes sous ses ordres. On cite même un agent bien connu qui a employé une fois 70 groupes travaillant à des centaines de milles de distance les uns des autres. Ceci rend toute surveillance impossible. Ce mode d'opération, joint au manque de surveillance si nécessaire avec ce genre de main d'œuvre, entraîne des pertes considérables de temps et d'argent.

En 1904, plusieurs milliers de barils de pommes dont les frais de cueillette et d'emballage se montaient à 45 centins par baril, se vendirent à 50 centins par baril.

En 1905 et 1906, les prix des pommes furent plus élevés, mais le coût de l'emballage resta le même. Les acheteurs prétendent que quand les pommes étaient achetées au baril, les producteurs persuadaient les emballeurs, par prière ou par corruption, à emballer une grande proportion de pommes de qualité inférieure pour augmenter le nombre des barils.

Dans les aneiens vergers où les variétés cultivées mûrissaient à différentes époques, il était impossible de passer à intervalles nécessaires pour cueillir et emballer les différentes variétés dès que celles-ci étaient arrivées au point de maturité convenable. On cueillait quelquefois avant la maturité, souvent après ; parfois même on ne cueillait pas du tout, et il en résultait des pertes considérables. Il arrive souvent aussi que l'acheteur retarde l'emballage ; les pommes restent exposées au soleil, et aux gelées, ce qui cause des pertes partielles ou totales. C'est généralement le planteur qui supporte ces pertes. Ils sont bien rares les cas où le contrat entre l'acheteur et le vendeur est rédigé de façon à prévoir ces cas, et même quand le dernier obtient jugement en sa faveur, trop souvent l'acheteur n'a pas de fonds pour payer.

La méthode de vente en bloc est très injuste envers le producteur. En effet, une longue pratique permet à l'acheteur d'estimer avec une grande précision la quantité de fruits qu'il y a dans un verger. L'acheteur et le vendeur ne traitent pas à conditions égales. Dans les quelques cas où le producteur reçoit plus que la valeur du verger, il se trouve dans la position déshonorante de recevoir de l'argent pour lequel il n'a pas donné d'équivalent.

C'est à la méthode de vente en bloc que l'on doit aussi attribuer la très mauvaise qualité des pommes mises sur le marché. Comme nous l'avons déjà plusieurs fois fait remarquer, l'acheteur a généralement beaucoup de difficulté à vendre ses rebuts, et ses qualités inférieures. Il est donc fortement tenté—et la tentation est souvent irrésistible—de mélanger des fruits de qualité inférieure avec les meilleures qualités, et d'emballer toute la production du verger dans l'espoir de se faire payer les mauvaises pommes, Les inspecteurs chargés d'exécuter la loi sur les marques des fruits ont souvent signalé le fait qu'un grand nombre de barils sur lesquels ils étaient obligés de faire un rapport défavorable provenaient de ces vergers vendus en bloc.

Les acheteurs se plaignent aussi que quand le verger est vendu en bloc les propriétaires prennent souvent près peu de soin des fruits après la vente. On laisse entrer les bestiaux dans le verger pour manger tous les fruits qu'ils peuvent atteindre. On ne prend aucune précaution contre les vols, si même on ne les favorise pas, et dans beaucoup de cas, les acheteurs ne peuvent compter sur les précautions habituelles contre les gelées ou autres accidents. Naturellement, dans des pareilles conditions c'est l'acheteur qui perd, mais il se met en garde contre ces pertes en donnant un prix moyen moins élevé. En fin de compte, on le voit, les pertes ne retombent pas entièrement sur ceux qui en sont responsables, mais sur le corps entier des producteurs qui vendent de cette manière.

VENTE AU BARIL

Dans la vente au baril, le producteur qui ne fait pas lui-même la cueillette et l'emballage est souvent volé par un artifice très simple de la part de l'acheteur. L'acheteur exige un type de perfection très élevé pour les pommes n° 1, si bien qu'il ne rentrera guère dans cette catégorie que 10 pour 100 de la production du verger. Le type n° 2 sera aussi élevé, laissant une forte proportion de rebuts. Le vendeur avait compris qu'on assortirait comme à l'ordinaire, mais comme il n'y a pas de contrat par écrit, l'acheteur fait généralement ce qu'il veut. Naturellement, on peut supposer que ces pommes sont ensuite réemballées, ou qu'elles sont envoyées à des clients spéciaux, prêts à payer un prix élevé pour une qualité supérieure.

D'autre part, les acheteurs sont quelquefois trompés par leurs propres emballeurs. Ceux-ci, soit pour rendre service aux producteurs dont ils sont les amis, soit parce qu'ils se laissent corrompre, consentent à emballer une qualité de fruit inférieure à celle que comporte la catégorie. Dans la plupart des cas, il est impossible à l'acheteur de faire une inspection minutieuse, et ces barils, marqués frauduleusement par ses subordonnés' et portant sa marque, sont envoyés au marché. La nature frauduleuse des marques

n'est découverte que lorsqu'il est trop tard pour punir les coupables, même en admettant qu'il fut possible de les découvrir, ce qui est difficile car les différents emballages sont mélangés de telle façon qu'il est rare que l'on puisse remonter jusqu'à l'ouvrier responsable. On voit donc que cette méthode d'acheter les pommes est pleine de risques, aussi bien pour l'acheteur que pour le vendeur, et qu'elle devrait être remplacée par une meilleure.

LA CO-OPÉRATION ET LE MARCHAND DE FRUITS.

Maintes fois l'association co-opérative a été vigoureusement dénoncée par les acheteurs de pommes, et quelquefois par les commissionnaires. On prétend que les associations co-opératives supprimeront l'agent intermédiaire. Ceci n'est qu'à moitié vrai. Sans doute, elles réduisent le nombre de ces agents. Mais ce fait est à l'avantage du producteur aussi bien que du marchand de fruits légitime. Les agents intermédiaires qui disparaîtront seront ceux qui n'étaient pas plus utiles au marchand de fruits légitime qu'au producteur. Les associations co-opératives ne cherchent pas à vendre directement au consommateur. Elles reconnaissent la nécessité absolue de relations directes entre les marchands de fruits et le consommateur. Leur seul but est d'avoir des rapports aussi directs que possible avec le marchand de fruits. Cette vente directe sera tout probablement très avantageuse aussi bien aux producteurs qu'aux marchands et aux consommateurs. Un autre avantage de l'association co-opérative sera d'empêcher un acheteur peu scrupuleux de se servir d'un producteur pusillanime contre son voisin dans le but d'abaisser le prix des fruits en dessous de leur valeur actuelle.

VALEUR D'UNE GARANTIE.

Sans confiance, il n'y a pas de commerce prospère ; confiance dans la qualité, dans le classement, etc. Il faut que l'acheteur puisse avoir l'assurance pleine et entière que le contenu de la caisse qu'il reçoit est exactement conforme aux marques apposées à l'extérieur. D'autre part l'emballage devait être marqué de façon à décrire fidèlement la valeur des fruits qu'il renferme. Il devrait anssi porter des marques indiquant celui qui en est responsable, soit l'emballeur ou l'expéditeur. Il est bien entendu, naturellement, que lorsque le contenu, pour quelque raison que ce soit, n'est pas conforme à la qualité annoncée, l'association remboursera la différence. Naturellement, l'association qui veut observer fidèlement une garantie de ce genre devra prendre des mesures pour se protéger contre les acheteurs peu scrupuleux qui peuvent faire de faux rapports. Chaque fois que la chose sera possible, une personne de confiance fera un examen personnel. Quand cela ne sera pas possible, il faudra retirer immédiatement et complètement la marchandise des mains de l'acheteur qui se plaint, même si on est obligé de la vendre à un prix moindre que celui offert par le plaignant. Ce règlement supprimera les plaintes triviales. Ce sera une excellente réclame que de placer dans chaque colis un feuillet donnant clairement la garantie de l'association, jusqu'à ce que la marque de l'association soit bien connue. Ces feuillets devraient toujours aussi porter le numéro de l'emballeur.

VENTE À COMMISSION.

Il y a différentes méthodes de vendre les fruits. La nature périssable de ces produits, l'incertitude de la quantité et de la qualité de la récolte jusqu'au moment où ils sont emballés pour le marché, font qu'il est très difficile de vendre autrement que par consignation. La vente par consignation est un mal nécessaire par suite de l'organisation actuelle du commerce des fruits. L'association entre producteurs permettra de s'en débarrasser dans une large mesure. Il est très vrai que bien des marchands à commission se sont acquis par leurs transactions toujours honnêtes une réputation sans tache, mais il n'en est pas moins vrai que la grande majorité des producteurs ont eu à se repentir d'avoir placé une trop grande confiance dans la vente à commission. Le producteur ne sait jamais s'il a été bien ou mal traité. Il ne peut pas vérifier les comptes, ni suivre ses fruits chez l'acheteur ; il est donc obligé

d'accepter tous les rapports que lui transmet l'agent sur la vente de ses fruits. De fait, il dit à l'agent : Voici mes fruits, donnez moi ce que bon vous semble. Il serait vraiment étrange que quelques agents à la commission ne succombassent pas à la tentation, et n'envoyassent une somme bien inférieure à celle qu'ils ont reçue pour les fruits. Nous ne mettons pas en doute la responsabilité du marchand à commission. Il se peut qu'il occupe une position élévée dans les cercles financiers, mais s'il veut être malhonnête, il ne lui sera pas difficile de fournir une excuse plausible pour payer n'importe quelle somme au producteur. Un stratagème favori est de donner avis que les fruits arrivent en mauvaise condition. Cet avis est généralement accompagné d'une note demandant ce qu'il faut faire des fruits. Le producteur qui est éloigné de plusieurs centaines de milles, et qui est très occupé avec le reste de la récolte, ne peut que répondre : "Faites du mieux que vous pourrez". Souvent même le marchand à commission annonce que les ventes n'ont pas égalé les frais, et demande au producteur un montant supplémentaire.

Mais en supposant même que l'agent à commission soit tout à fait honnête, et qu'il a disposé des fruits le mieux possible, cela n'empêche que le système soit radicalement mauvais. La quantité de fruits expédiés à un certain point n'est pas réglée. Il peut y avoir deux ou trois fois plus de fruits que le marché ne peut absorber à des prix avantageux, et cependant le marchand à commission est obligé d'abaisser ses prix jusqu'à ce que la vente se fasse.

Les inconvénients sont encore plus graves quand le marchand à commission achète à son compte. Il est certain que ces propres marchandises passeront d'abord, et que celles qu'il est chargé de vendre à commission, devront attendre, jusqu'à ce que les prix aient diminué, et souvent ce délai sera la cause de graves détériorations.

Il est un autre inconvénient, souvent cité. On peut se servir des marchandises sur consignation pour ruiner le commerce d'un concurrent qui n'appartient pas à la même combinaison que le marchand à commission. Il arrive souvent qu'un étranger apparaît en ville avec quelques wagons de fruits qu'il désire vendre. C'est là une invasion du territoire des marchands déjà établis. Mais si, pour faire face à la concurrence avec le nouvel arrivant, ces derniers étaient obligés de sacrifier leurs propres marchandises, ils y regarderaient à deux fois avant de diminuer les prix jusqu'au point de perdre tout profit. Mais quand ils ont des marchandises sur consignation, ils n'hésitent pas à les jeter sur le marché dans le but de faire baisser les prix sur les fruits du nouvel arrivant jusqu'au-dessous du taux légitime.

VENTE PAR SOUMISSION.

La vente par soumission est un excellent système, mais il faut que la réputation soit bien établie. Cette méthode a été adoptée par l'Union des producteurs de pommes de Hood-River (Orégon), et aussi par quelques-unes des associations d'Ontario. Elle n'est possible qu'avec une organisation à peu près parfaite. Le surintendant doit connaître exactement la quantité des fruits qu'il a en vente, et la qualité de ces fruits. Naturellement, ceci serait impossible à moins que la culture des fruits et la vente ne soient réglementées de façon très stricte. On rapporte que les cultivateurs de Hood-River ont pu, par cette méthode, élever le prix de leurs pommes de 80 centins la caisse à $2.

L'organisation et la réputation voulues ne s'obtiennent que par de longues années de travail, aussi, pour des organisations nouvelles, cette méthode de vente n'est probablement pas la meilleure.

ACHAT DIRECT.

Parmi toutes les méthodes de vente, la seule qui offre des garanties sérieuses, est la vente sur place au point de production.

Cependant, toutes ces méthodes, quelles qu'elles soient, ont encore un grave défaut, l'acheteur ne s'intéresse pas plusieurs années de suite au même verger, et cet intérêt ne se manifeste pas assez tôt dans la saison pour encourager le propriétaire à prendre soin de sa récolte.

Les méthodes de récolte et de vente sont, dans une certaine mesure, responsables du peu de soin donné aux plantations d'arbres fruitiers, et ce manque de soins entraîne une

diminution considérable des bénéfices. De fait, dans certaines parties du pays, les rendements ont été si faibles que dans des années de bas prix, des milliers de minots de bonnes pommes, ou de celles qui auraient pu devenir bonnes avec les soins nécessaires, ont été sacrifiées.

INTRODUCTION DE LA MÉTHODE COOPÉRATIVE.

La méthode de ventes coopératives des pommes devrait fournir un remède à ces maux, et c'est dans cet espoir qu'elle a été adoptée. Jusqu'à un certain point l'expérience a réussi. Au début, dans Ontario, l'organisation se bornait à chercher à réduire les frais de transport en rassemblant en wagons complets un grand nombre de petites expéditions de pommes d'automne. Chaque membre des premières associations devait classer et emballer ses propres pommes, et la vente était confiée à un des membres qui avait des relations d'affaires dans l'ouest du Canada, ou dans quelques-uns des grands centres commerciaux. Sans doute ce système diminuait les frais du producteur, mais ce n'était qu'un remède partiel, et qui ne touchait qu'à un des nombreux maux dont on se plaignait, c'est-à dire un taux élevé de transport. Il ne tendait pas à corriger les autres inconvénients, le manque d'uniformité dans le classement des fruits, le manque d'intérêt de la part des producteurs, et l'absence complète d'encouragement dans l'amélioration des plantations. Les pionniers de ce mouvement décidèrent donc de former une organisation plus complète, à laquelle ils donnèrent un but défini en la faisant reconnaître par la loi.

On trouva dans les statuts de la province d'Ontario, où la coopération prit naissance, une loi applicable aux besoins de la situation. Cette loi, passée en 1900, pourvoit à l'existence légale des associations coopératives d'entrepôts froids. Jusqu'à ce moment aucune mesure législative supplémentaire n'a été jugée nécessaire à l'exception d'un ou de deux amendements à la loi passés durant l'année présente, pour l'adapter aux besoins plus variés des associations nouvelles.

EMBALLAGE COOPÉRATIF.

On se propose de substituer aux méthodes ordinaires mentionnées ci-dessus, la coopération dans l'emballage aussi bien que dans la vente, et incidemment à toute autre phase de la culture des pommes qui se prêtera à ce mode d'opération. La coopération aurait les avantages suivants :—

1. Les vendeurs, en agissant ensemble, contrôleront de grandes quantités de fruits.
2. Les opérations d'emballage, de classement et de marquage seront faites de façon uniforme.
3. La société pourra se faire une réputation désignée par une marque de commerce permanente.
4. Les prix de cueillette, d'emballage et de marque seront réduits
5. Les fruits seront cueillis et emballés au moment voulu.
6. Les variétés moins communes seront utilisées.
7. De meilleurs facilités d'entreposage seront fournies.
8. La vente directe au point de production sera encouragée.
9. Les emballages seront achetés en grandes quantités, ou fabriqués sur les lieux avec une réduction notable de frais.
10. La partie purement commerciale de l'industrie sera placée entre les mains d'hommes compétents, dont les intérêts seront identiques à ceux d'autres membres de l'Association.
11. La pulvérisation co-opérative à force motrice, sera adoptée dans la plupart des cas.
12. Le surintendant et les meilleurs producteurs parmi les patrons seront encouragés de toute façon à persuader aux membres moins entreprenants de suivre le progrès.

GRANDES QUANTITÉS.

Il est rare que le producteur apprécie à son juste mérite l'influence de la vente en grandes quantités. Le coût de vente est presque le même pour une petite quantité de produits que pour une grande quantité, mais la commission sur cent barils est dix fois

plus grande que la commission sur 10 barils. On voit donc pourquoi le marchand recherche de grandes quantités. En outre, avec les grandes quantités, le client a plus de choix Cela fournit aussi au marchand l'occasion de vendre sur échantillon. Il n'y a rien de plus difficile que de vendre de nouvelles marques ou des marques inconnues. Dans de tels cas, les détailleurs sont obligés de faire une explication pour chaque vente.

EMBALLAGE ET ASSORTIMENT UNIFORMES.

Naturellement il n'y a aucun avantage à expédier en grande quantités si les produits ne sont pas parfaitement uniformes. Il est donc nécessaire, non seulement d'expédier les pommes en grandes quantités, mais de les emballer et de les classer de la même façon. Or, quant les fruits proviennent de petits vergers, on ne peut obtenir ces conditions que par la co opération.

RÉPUTATION.

On arrive vite à se créer une réputation quand on expédie de grande quantités d'un article quelconque, d'emballage uniforme, et portant toujours la même marque, et quand bien même la qualité ne serait pas des meilleures, on obtiendra un prix bien supérieur à celui qui serait payé pour de petits lots, peut être de meilleure qualité, mais non uniformes. La méthode co-opérative encourage le maintien de l'uniformité dans l'emballage et le classement, ainsi que les progrès. Par le système ordinaire d'achat et de vente, tout le mécanisme commercial, depuis l'arbre jusqu'aux marchés, incite à l'emballage et aux marques frauduleux. Le surintendant d'une société co-opérative est personnellement intéressé à obtenir l'uniformité des marques et des emballages. Mais ce qui est encore plus important, c'est qu'il peut assurer cette uniformité, grâce au système de maison centrale d'emballage, et à la surveillance personnelle et directe du travail des emballeurs, non seulement pour une simple saison, mais d'année en année. Nous n'exagérons nullement en disant que les prix extraordinaires obtenus par les producteurs sur la côte du Pacifique proviennent de la réputation d'uniformité parfaite dans l'assortiment et l'emballage. Ajoutons cependant que la seule classe expédiée se compose de fruits pratiquement parfaits, mais ces fruits ne sont pas supérieurs de goût ou d'aspect à ceux cultivés dans l'Est. N'eût-elle pas d'autre motif que de créer une réputation pour une certaine marque, et de la conserver, la co-opération serait justifiée.

ECONOMIE DANS LA RÉCOLTE.

Avec la méthode ordinaire, les pertes de fruits étaient considérables ; il n'y avait pas une quantité suffisante de chaque variété pour que la cueillette et l'emballage pussent se faire avec profit en temps opportun. On pourrait, citer, dans l'histoire des vergers canadiens, des centaines d'exemples de pertes de fruits dues à ces causes. Pendant nombre d'années dans la plupart des vergers de l'Ouest d'Ontario, on a laissé perdre les pommes Red Astrachan, Duchess, Colverts et Jennetings. Dire que le manque d'organisation était la seule cause de cette perte serait inexact ; mais on peut affirmer que l'organisation de sociétés co-opératives aurait permis de faire la récolte de ces pommes avec profit. Durant les années 1904, 1905 et 1906, la division des fruits a reçu de nombreuses lettres de producteurs de ces variétés hâtives se plaignant qu'ils ne pouvaient trouver de débouché pour leurs fruits, à un prix avantageux. Durant les mêmes saisons, les sociétés co-opératives de Chatham, Forest and Walkerton vendaient ces variétés à un prix égal tout considéré à celui des meilleures variétés d'hiver. Un grand producteur, ayant de 2 à 3,000 barils de Duchess à vendre dit n'avoir jamais eu de difficultés à les écouler à de bons prix. Tous ces faits démontrent l'importance des économies que l'on peut réaliser quand on traite sur de grandes quantités. Même les variétés de fruits d'été et d'hiver les moins connues deviennent, par le système co-opératif, un produit marchand.

ÉCONOMIE DANS L'ACHAT D'EMBALLAGES.

L'achat co-opératif d'emballages suit de très près la vente co-opérative. La question des emballages est un détail très important du commerce des pommes. Le coût de ces

emballages atteint souvent de 20 à 25 pour cent de la valeur des fruits qu'ils renferment. L'économie la plus stricte s'impose donc. Par les méthodes co-opératives on peut produire ces emballages à un prix minimum ; on peut faire un estimé plus exact des quantités requises ; on peut donner les ordres plus tôt. Toutes ces choses sont à l'avantage du tonnelier. Il peut acheter ses matériaux aux prix les plus avantageux, il peut employer ses hommes pour de plus longues périodes durant l'année et, ce qui est encore plus important, il peut compter sur les contrats qu'il fait avec ces associations.

FACILITÉS D'ENTREPOSAGE.

On peut poser comme principe fondamental en parlant du commerce des pommes que toute variété devrait être récoltée et mise sur le marché quand elle est mûre. Cependant cette règle a aussi ses exceptions. Des circonstances se présentent où il vaut mieux retenir pendant quelques jours les fruits du printemps et de l'automne. Il est aussi bon de retenir les fruits d'hiver afin d'approvisionner le marché aussi tard que possible. Ce n'est donc pas dans le but de retenir les variétés hâtives pendant de longues périodes que nous recommandons l'entreposage. Néanmoins, sans entrepôts et hangars d'emballage il serait impossible de rassembler de grandes quantités de fruits et de les préparer pour l'expédition.

La construction de ces entrepôts et hangars nécessite un capital relativement élevé. Sous le système actuel d'achat et de vente des pommes il n'a pas été construit d'entrepôts ni de hangars d'emballage aux points d'expédition, et on peut être sûr qu'il ne s'en construira jamais, malgré l'importance de ces bâtiments. Avec le système co-opératif la chose devient facile. Les superbes entrepôts et hangars d'emballage bâtis par les anciennes sociétés fournissent le témoignage le plus convaincant en faveur de la stabilité de l'entreprise co-opérative, et nous pouvons être assurés que toutes les associations prospères seront munies d'amples facilités d'entreposage.

VENTE AU POINT DE PRODUCTION.

La question très importante de la vente au point de production est intimement reliée à la question des entrepôts. On ne saurait trop louer cette méthode de traiter des affaires. Si elle n'a pas été adoptée jusqu'ici au Canada, c'est le producteur seul qui est à blâmer. On ne peut s'attendre à ce que le marchand de fruit fasse de longs et coûteux voyages sans être sûr de trouver des produits qui lui conviennent. Il doit avoir la certitude de trouver de grandes quantités de marchandises classées avec uniformité, emballées dans des emballages de choix, et désignées par des marques absolument fiables. Le système de vente actuel ne peut satisfaire ces exigences. Ce n'est que par la co-opération que l'on y parviendra. Déjà plus de la moitié des sociétés co-opératives vendent tous leurs produits au sortir des maisons d'emballage, et reçoivent l'argent avant même leur expédition. La détérioration des fruits est si rapide que leur commerce doit nécessairement se faire sur une base quelque peu différente de celui des autres marchandises. Si l'on sort des fruits du hangar d'emballage sans entente définitive sur le prix, l'expéditeur est à la merci du consignataire. Quand les fruits sont arrivés sur le marché, on ne peut en différer la vente, et ce n'est que dans un très petit nombre de cas que l'on peut vérifier les représentations de l'agent auquel ils sont consignés ; l'expéditeur est tout simplement obligé d'accepter ce que le vendeur lui remet. De là la nécessité de régler toutes questions de prix et de qualité avant le départ des marchandises de la station d'expédition, car ce n'est qu'alors que l'acheteur et le vendeur traitent à chances égales. Le vendeur peut accepter ou rejeter une offre sans mettre en danger la qualité de ses fruits. L'acheteur est également libre d'accepter ou de refuser une offre sans courir de risques au sujet de la qualité et de l'état de la marchandise. Le système co-opératif rend possible la vente des pommes au point de production, réforme qui permettra de présenter les pommes au consommateur à un prix beaucoup plus bas.

UTILISATION DES MEILLEURES APTITUDES COMMERCIALES DES PRODUCTEURS.

La différence d'aptitudes entre différents hommes, et l'inégalité dans le développement de ces aptitudes est un fait d'observation commune. Les méthodes co-opéra-

tives nous permettent d'utiliser chacun selon ses aptitudes ou sa spécialité, et c'est là une excellente recommandation en faveur de ces méthodes. Un excellent producteur de fruits peut-être un homme d'affaires médiocre et *vice versa*. Une organisation co-opérative permet à l'homme qui possède les facultés voulues pour vendre les fruits et pour faire les transactions de se charger de la partie commerciale de la culture des pommes, laissant les autres plus habiles dans la culture suivre leur propre inclination. A première vue, ceci peut ne pas paraître important, mais une étude soigneuse de l'industrie des pommes révèle une grande faiblesse dans les méthodes d'affaires des producteurs. Il y a peu d'industries où les règles du monde commercial soient ignorées avec tant de persistance. On peut sans exagérer dire qu'un des avantages principaux de la co-opération sera de placer les hommes d'affaires à la tête de l'entreprise.

INFLUENCE DU SURINTENDANT.

Cette considération devrait être un des meilleurs motifs de co-opération. Sa valeur n'est certainement pas assez comprise, sinon entièrement négligée.

On a souvent fait remarquer que, par le système actuel d'achat et de vente, l'acheteur n'est nullement porté à encourager le producteur à améliorer ses produits. Il est très peu probable qu'il achète plusieurs années de suite la récolte du même verger parce que ses offres ne sont pas assez avantageuses pour lui conserver la clientèle des producteurs. S'il parvenait à obtenir des améliorations, soit par des conseils, par le débourcement de capitaux, ou de toute autre manière, il n'en retirerait aucun profit. Par conséquent, il ne fait rien pour l'amélioration des méthodes, quoique, par sa position d'agent intermédiaire, il soit très souvent à même de donner des renseignements utiles. Il n'en est pas de même du surintendant de l'Association co-opérative. Dans la plupart des cas, non-seulement ce dernier possède des qualités éminentes comme homme d'affaires, auxquelles s'ajoutent les connaissances ordinaires du marchand de pommes, mais il est en même temps producteur de fruits. Contrairement à l'acheteur, il est directement intéressé dans l'amélioration des fruits, et il profite de chaque occasion de persuader à ses patrons de perfectionner leurs méthodes. Sa réputation de Surintendant est en jeu. Il est donc raisonnable de supposer que les qualités qui l'ont porté à la tête de l'association s'exerceront à en améliorer les produits. Ses clients restent avec lui d'année en année. Il souffre des erreurs de chacun, mais la nature de ses occupations l'oblige à les rencontrer fréquemment, ce qui lui fournit l'occasion de les reprendre sur les défauts qu'il a remarqués, et de leur donner des conseils.

INFLUENCE DES MEILLEURS PRODUCTEURS.

Dans cette campagne pour le progrès, le Surintendant ne sera pas seul. Les meilleurs patrons lui viendront en aide. Tout considéré, la réputation des fruits et le prix qu'ils reçoivent dépendent de leur qualité. Si donc, les patrons qui produisent de bons fruits peuvent améliorer la qualité des fruits de leurs voisins, ils profiteront de cette amélioration aussi bien que ces derniers. C'est là un encouragement puissant au progrès Il n'y a donc pas lieu de s'étonner du très grand progrès remarqué dans la qualité des fruits récoltés par les membres des associations coopératives déjà établies.

Les avantages que l'industrie laitière a retiré de l'adoption des méthodes coopératives ont été maintes fois cités. Il est vrai que dans un grand nombre de cas les laitiers canadiens se sont écartés des vrais principes de la coopération, mais ils ont conservé dans le système de fabrication du beurre et du fromage à la fabrique, les meilleures méthodes reposant sur ces principes.

FRUITS ET PRODUITS LAITIERS.

L'emballage co-opératif des pommes correspond à la fabrication du beurre et du fromage par le système de fabriques centrales, et on est en droit d'en attendre les mêmes avantages. L'industrie laitière et l'industrie des fruits ont même tant de choses en commun qu'elles sont presque identiques. Ces deux industries proviennent du système de culture mixte qui sera sans doute la règle au Canada. Il est peu probable qu'à aucun

endroit la production du lait se fasse sur une très grande échelle comme la production des articles de bois et de fer. On peut garder avec profit sur une ferme 10, 20 ou même jusqu'à 30 vaches, mais ce n'est que dans des circonstances éminemment favorables, jointes à une très grande habileté, que l'on pourrait avec profit dépasser ce dernier chiffre. C'est aussi chose certaine que le petit verger de pommiers, de 5 ou 10 acres de superficie sera la règle en ce pays, bien qu'il faille admettre que le grand verger aura plus de chances de succès que la très grande laiterie. Dans les deux industries, l'intérêt de chaque individu dans la matière première est faible, et le producteur ne peut avantageusement suivre ses produits sur des marchés éloignés. Chaque industrie doit donc retirer de très grands avantages de la coopération. L'industrie laitière s'est déjà engagée dans cette voie, mais l'industrie des pommes ne fait que commencer.

CO-OPÉRATION APPLIQUÉE À D'AUTRES OBJETS.

La coopération ne se bornera pas à la vente des produits. Elle embrassera certainement toutes les opérations que comprennent la production des pommes. Déjà, elle s'est étendue à la pulvérisation, à l'emballage et à l'emmagasinage, aussi bien qu'à l'achat des pommes. En outre, partout où la co-opération dans l'industrie des pommes aura réussi, ce sera chose facile que de l'appliquer à d'autres industries. Il reste encore beaucoup à faire pour mettre le système coopératif sur un bon pied en industrie laitière. L'industrie des volailles, qui se rattache à l'industrie des fruits et à l'industrie laitière, est susceptible d'un très grand développement, mais ce développement ne pourra avoir lieu que par l'application de méthodes co-opératives à la vente des produits de la basse-cour aussi bien qu'à l'amélioration des races de volailles. Ayant développé le vrai esprit co-opératif dans ces opérations de la ferme où la co-opération est chose comparativement facile, nous pouvons aussi espérer en voir l'application à la production du bacon, avec la certitude d'un grand progrès dans la qualité des produits aussi bien que d'une grande augmentation dans les profits du cultivateur.

VALEUR DE L'ORGANISATION.

Le cultivateur prospère qui vend toujours à de meilleurs prix que son voisin moins habile, hésite parfois à s'associer avec lui. Il lui semble que le mélange de ses fruits avec ceux de son voisins résultera en une perte pour lui-même. Il n'en est pas toujours ainsi. En effet, son voisin, moins entreprenant, qui ne connait pas le commerce, qui ignore peut être les mérites relatifs de ses propres produits, est une proie facile pour l'acheteur habile et vend ses pommes souvent au-dessous de leur valeur. Après quelques transactions de ce genre, il devient presque impossible aux meilleurs vendeurs d'obtenir des prix convenables. Tout cultivateur au courant des choses a eu des expériences de ce genre, qui démontrent d'une façon évidente que le seul moyen d'obtenir des prix convenables est de s'en remettre autant que possible pour la vente à des vendeurs expérimentés. De cette façon les cultivateurs qui n'ont pas d'instincts commerciaux sont protégés contre les manœuvres subtiles de l'acheteur de pommes, et le meilleur vendeur pourra obtenir les plus hauts prix.

Les membres de l'Association co-opérative d'Ontario ont vendu, en 1900, la plus grande partie de leur récolte à $2.25 par baril. Bien d'autres producteurs non associés, n'ont pas réussi du tout à vendre leurs variétés hâtives, et sur toutes ventes qu'ils ont faites ils n'ont pas obtenu plus de $1.00 par baril, soit l'équivalent de $1.50 franco bord. Un acheteur de pommes dit avoir acheté 2,000 barils dans l'Ontario-sud à 50 cents par baril. Ceci ne s'explique que par un manque d'organisation de la part des producteurs.

ORGANISATION D'UNE ASSOCIATION.

C'est une chose relativement facile que d'organiser une association. Bien entendu il faut d'abord que le sujet ait été discuté à fond dans le district, et que l'opportunité de l'organisation soit bien admise. Dans ce cas, on convoque une réunion préliminaire pour choisir des officiers. On nomme généralement un président, un vice président, un secrétaire, un trésorier, et des directeurs au nombre de cinq ou plus. Quelquefois les

fonctions du secrétaire et du trésorier sont combinées. On trouvera plus commode cependant de combiner les fonctions du secrétaire et du gérant. Tous les officiers devraient avoir la confiance de leurs confrères producteurs. Le poste le plus difficile à remplir sera sans doute celui de surintendant, mais on a constaté que les hommes qui ont réussi dans leurs entreprises commerciales par de bonnes méthodes n'échouent pas dans la conduite d'une association co-opérative. Les officiers nommés, il faut alors faire reconnaître l'association légalement. Les démarches nécessaires à ce sujet varieront quelque peu suivant les provinces. Le secrétaire devrait écrire au Département Provincial d'Agriculture demandant des renseignements au sujet de la légalisation des associations de vendeurs de pommes, et il recevra toutes les instructions nécessaires sur la marche à suivre. Dans la Colombie-Anglaise, l'autorisation pourra probablement être donnée sous la loi des sociétés agricoles et horticoles. Dans l'Ontario on pourra se servir de la loi sur les sociétés co-opératives. Il n'y a pas de loi spéciale pour des sociétés de ce genre dans les provinces Maritimes, mais la loi dénommée "General Stock Company Corporation Act" couvrira le cas. Les honoraires sont plus élevés que pour l'Ontario et la Colombie-Anglaise.

On trouvera dans l'appendice des modèles de constitution et de règlements pour l'organisation des associations co opératives. Naturellement, dans tous les cas, la constitution et les règlements doivent se conformer à la loi sous laquelle l'association est constituée. Cette limitation exceptée, la constitution et les règlements peuvent varier pour s'adapter aux conditions de chaque cas particulier. Dans l'Ontario la plupart des associations co opératives ont une constitution et des règlements semblables à celles de la "Forest Fruit Growers and Forwarding Association" donnés dans l'appendice. On remarquera que, dans ce cas, les règlements ne s'appliquent qu'au commerce de pommes. Les associations qui désireront vendre des produits de diverse nature pourront s'inspirer de la constitution et des règlements de l'Association Kelowna, de la Colombie-Anglaise. On trouvera aussi dans l'appendice la constitution et les règlements de la "Island and Gypsum Fruit Company of Ohio" société très prospère et qui écoule toutes sortes de fruits, mais surtout les raisins et les pêches.

Quand le commerce est restreint, on peut très bien expédier et vendre sans existence légale, si la confiance règne entre les membres, et entre eux et leur gérant. Il est parfois bon de différer la légalisation jusqu'à ce que les affaires aient augmenté assez pour la justifier.

Les avantages de la légalisation sont évidents. Tant que la société n'est pas légalement reconnue, un de ses membres doit être personnellement responsable devant la loi de toutes les obligations qui résultent des transactions, mais il peut ne pas obtenir les compensations ordinaires qui accompagnent cette responsabilité. Une réclamation pour violation de contrat, ou pour dommages intérêts peut se faire sans que celui qui a endossé la responsabilité soit à blâmer. Non seulement il serait obligé d'encourir les frais du procès, mais il lui faudrait aussi compter, pour se rembourser, sur la générosité de ses associés. Le risque n'est pas grand quand le commerce est limité et que les membres se connaissent les uns les autres. Cependant la légalisation ne coûte rien pratiquement, et place la responsabilité où elle doit retomber, c'est-à-dire sur tous les membres, proportionnellement aux bénéfices reçus.

PRINCIPES GÉNÉRAUX.

RÉPARTITION DES BÉNÉFICES.

On ne devrait pas payer sur le capital des dividendes plus élevés que le taux auquel on peut emprunter l'argent. Ceci revient à dire que l'Association devrait être simplement co-opérative. Tout l'argent reçu devrait être réparti entre les actionnaires en proportion des fruits expédiés par chacun, moins les frais nécessités par le fonctionnement de l'Association. Un exemple concret démontre la justice de ce principe. Deux producteurs ont chacun une action. L'un d'eux expédie cent barils de pommes, l'autre, mille barils, rapportant des prix égaux. Supposons que l'Association prélève pour couvrir les frais de vente 15 centins par baril, mais que ces frais ne dépassent pas 10 centins. Il y aura donc sur ces deux expéditions un surplus de 5 centins par baril, soit un

total de $55.00. Si l'on répartit cette somme d'après le capital, c'est-à-dire si l'on déclare des dividendes, alors chaque producteur recevra $27.50. Ce serait là une injustice flagrante envers l'expéditeur du millier de barils. Il devrait recevoir $50.00, et l'autre expéditeur $5.00.

Quelques sociétés, prétendant ne pouvoir rassembler parmi les producteurs le capital nécessaire au fonctionnement de l'Association, vendent des actions à des non-producteurs. C'est une erreur. Il est impossible de persuader à des personnes non-intéressées de placer des capitaux dans une association co-opérative à moins de leur promettre des dividendes, et on ne peut s'attendre à ce qu'elles le fassent. Si ces dividendes ne dépassent jamais l'intérêt ordinaire sur l'argent, alors il n'y a pas d'injustice de commise. Mais il arrive toujours, dans les associations qui ont des actionnaires de ce genre, que ces derniers s'entendent tôt ou tard avec ceux des producteurs dont les intérêts comme actionnaires dépassent leurs intérêts comme producteurs de fruits, et obtiennent le contrôle absolu des opérations, qu'ils dirigent alors de façon à obtenir des dividendes. Quand les choses se passent ainsi, tous ou presque tous les bénéfices pécuniaires des associations co-opératives reviennent au capitaliste au lieu de revenir au producteur de fruits.

S'il faut des capitaux étrangers, mieux vaut se les procurer sur le crédit de l'association, et ses immeubles, en payant pour ce capital au taux d'intérêt régulier. Ceci devra être entré dans les comptes sous le titre de frais de fonctionnement de l'Association.

Les banquiers préfèrent généralement faire des emprunts sur les billets personnels des directeurs qui sont chargés de la conduite des affaires, et qui peuvent ainsi se protéger contre les pertes.

Tous les membres devraient s'engager à expédier leurs fruits par l'entremise de l'Association. Ceci peut se faire de deux manières. Premièrement par l'insertion d'une clause ou de règlements dans la constitution, stipulant qu'aucune vente ne pourra se faire en dehors de l'Association ; deuxièmement par un contrat spécial. La clause engageante devrait être insérée dans les règlements de chaque association, même quand on juge à propos d'employer le contrat spécial. Ce dernier est sans doute plus facilement mis à exécution, mais il est sujet à être négligé. La clause d'engagement dans les règlements établit le principe, et l'entrée dans la société implique le contrat.

On ne saurait trop insister sur la valeur du contrat. Sans contrat, le surintendant ne sait pas ce qu'il a à vendre. Il ne peut arrêter des ventes d'avance, car il n'est pas sûr de remplir son contrat. Cette incertitude enlèverait à l'Association l'avantage de pouvoir s'entendre d'avance avec la meilleure classe de clients.

Le contrat est nécessaire, car maintes tentatives seront faites pour persuader aux membres de confier leurs fruits à d'autres vendeurs. Un grand nombre d'hommes se font de très beaux revenus en prélevant un droit pour de petits services entre le producteur et les fruitiers réguliers. Ces hommes offriront des avantages tout spéciaux ; tels qu'un prix supérieur à celui du marché dans le but d'introduire la discorde dans l'Association et de la dissoudre si cela est possible. Dans la Nouvelle-Ecesse, il paraît que l'impulsion co-opérative a été beaucoup retardée par des agents des compagnies de transport, et de maisons de commerce anglaises. Ces hommes obtiennent un droit sur tous les fruits qu'ils peuvent amener à certaines lignes de navigation, et à des agents de vente, et naturellement, ils n'aiment pas à perdre ce revenu, ce qui arriverait certainement si les principes co-opératifs étaient adoptés. Dans l'Ontario les acheteurs de pommes se sont, pendant si longtemps, créé un revenu par quelques semaines de travail par an dans cette industrie que tout empiètement sur la vente des pommes par les sociétés co-opératives leur paraît une destruction d'intérêts fixes. Par suite de l'absence de la clause de contrat, plusieurs associations d'Ontario ont vu quelques-uns de leurs meilleurs producteurs disposer de leurs fruits en dehors de l'organisation. Quelques-uns de ces déserteurs s'aperçurent plus tard dans la saison qu'ils n'avaient pas obtenu un aussi bon prix que celui que l'Association aurait pu leur procurer. Dans quelques cas isolés, ils obtinrent un peu plus. Mais si l'Association devait disparaître, ils perdraient dans les années suivantes, beaucoup plus que le petit avantage obtenu une saison. C'est faire preuve de peu de jugement que de quitter une association co-opérative après y être

entré. C'est même peu honnête, car le total des pertes subies par tous les membres peut dépasser de beaucoup le gain du déserteur.

SÉCURITÉS.

Ne choisissez comme officiers et directeurs que des hommes en qui v us pouvez avoir confiance. Les officiers, tels que le trésorier et le surintendant, qui manipulent de fortes sommes d'argent, inspireront la confiance en insistant pour donner les sécurités ordinaires, soit que les patrons le demandent ou non. Dans le monde des affaires il est peu de postes de confiance où une garantie de ce genre ne soit exigée. Si l'association ne prend pas de garanties d'autres sources, il faut qu'elle soit prête à courir elle-même les risques. Ceci dans la plupart des cas peut se faire avec économie et sûreté. La valeur de l'élément personnel dans ce cas peut être appréciée de façon plus exacte par l'association que par la compagnie étrangère.

AUDITION.

Dans tous les cas, et dans toutes les circonstances, les opérations devraient être vérifiées de la façon la plus minutieuse par des auditeurs compétents. Chaque membre de l'association devrait essayer de se familiariser avec les détails de l'entreprise. Il devrait se rappeler cependant que la tenue des livres, et leur vérification sont un métier, tout autant que la culture des fruits. Quelle que soit donc son opinion sur les comptes de l'association, il doit s'abstenir de passer jugement avant que cette opinion ait été confirmée par des hommes d'expérience, experts dans l'art d'examiner la bonne tenue des livres.

TENUE DES LIVRES CO-OPÉRATIVE.

Les principes généraux de la tenue des livres co-opérative ne diffèrent pas de ceux de toute autre tenue des livres. Certaines associations cependant font tenir leurs livres par des hommes qui ont eu peu d'expérience dans des comptes où les intérêts des autres sont en jeu. A ceux-ci on peut dire que tout fait matériel devrait être inscrit. Les contrats devraient être par écrit. Les conventions verbales devraient être confirmées par lettre. Toute sommes reçue ou payée devrait être entrée immédiatement. On devrait toujours donner en échange d'argent ou de produits des reçus portant les montants ou les quantités exactes. Pour toute transaction quelque peu compliquée il devrait y avoir un état écrit des faits, outre les entrées dans les comptes réguliers.

On épargnera beaucoup de temps, et on fera beaucoup de travail de façon beaucoup plus satisfaisante en faisant imprimer des formules pour des reçus des listes de marchandises, des états d'emballage, etc. Les reçus pour fruits devraient être en forme de livrets, et on placera une feuille de papier carbone entre deux feuilles, de façon à obtenir une copie qui sera classée au bureau, tandis que l'autre sera donnée au patron.

L'association pourrait consulter, avec avantage, un comptable expert qui suggèrera des livres et des formules pour répondre aux besoins spéciaux. Toute association a dans ses méthodes de fonctionnement quelque chose de particulier, demandant des dispositions spéciales, mais aucun système ne pourra remplacer une attention consciencieuse de la part du teneur de livres, jointe à un relevé de tous les faits matériels.

APPENDICES.

APPENDICE 1

Les associations co-operatives suivantes ont fonctionné avec succès durant la saison de 1906 :—

ASSOCIATIONS CO-OPERATIVES D'ONTARIO.

Nom de l'association.	Nom du secrétaire où gérant.
East Lambton Fruit Growers' Association	W. J. Seymour.
Belleville Apple Growers' Co-operative Association	F. S. Wallbridge, Belleville.
Brant Packing Association	F. M. Lewis. Burford.
Bruce Fruit Growers' Association	A. E. Sherrington, Walkerton.
Burgessville Packing Company	S. R. Wallace, Burgessville.
Burlington Fruit Growers' Association	Clarence Emigh, Burlington.
Canadian Apple Exporters, Limited	W. H. Dempsy, Trenton.
Chatham Fruit Growers' Association	W. D. A Ross, Chatham.
Dunwick Co-operative Association	R. Campbell, Cowal.
Forest Fruit Growers' and Forwarding Association	D. Johnson, Forest.
Georgetown Co-operative Association	F. J. Barber, Georgetown.
Georgian Bay Fruit Growers' Association	G. Mitchell, Thornbury.
Grimsby Fruit Growers', Limited	J. D. Biggar, Grimsby.
Ilderton Fruit Growers' Association	E. T. Caverhill, Ivan.
Newcastle Fruit Growers' and Forwarding Association	W. H. Gibson, Newcastle.
Meaford Fruit Growers' Association	Dr. J. D. Hamill, Meaford.
Norfolk Fruit Growers' Association	Jas. E. Johnson, Simcoe.
Oakville Fruit Growers', Limited	W. R. Davis, Oakville.
Orillia Fruit Growers' Association	R. A. Lehmann, Orillia.
Oshawa Fruit Growers', Limited	Elmer Lick, Oshawa.
Owen Sound Co-operative Association	W. P. Telford, Owen Sound.
Parkhill Farmers' Growers' Association	Wm. Leary, Parkhill.
Randolph Co-operative Association	J. G. Mitchell, Thornbury.
Sparta Fruit Growers' Association	J. A. Webster, Sparta.
St. Catharines Cold Storage and Forwarding Company, Limited	R. Thompson, St. Catherines.
Ingersoll Co-operative Fruit Growers' Association	J. C. Harris, Ingersoll.

ASSOCIATIONS CO-OPÉRATIVES DE LA COLOMBIE-ANGLAISE.

Okanagan Produce Association, Limited	Thos. G. Wanless, Vernon, B.C.
Chilliwack Farmers' Exchange, Limited	Chas. W. Webb, Chilliwack, B.C.
Kaslo District Horticultural and Fruit Growers' Association	D. Wm. Cockle, Kaslo, B.C.
Mission Fruit Union	P. E. Lazenby, Mission, B.C.
Hammond Fruit Growers' Union, Limited	N. G. Knotts, Hammond, B.C.
The Kelowna Farmers' Exchange, Limited	C. Quinn, Kelowna, B.C.
Armstrong Farmers' Exchange, Limited	O. D. Ranks, Armstrong, B.C.
Kootenay Fruit Growers' Association, Limited	D. C. McMorris, Nelson, B.C.
Peachland Fruit Growers' Association, Limited	R. J. Hogg, Peachland, B.C.

'Une "Bourse de cultivateurs" est en voie d'organization à Salmon Arm, C.-A.

APPENDICE 2.

SOCIETE DE PRODUCTION ET D'EXPEDITION DE FRUITS DE FOREST.

STATUTS.

1. Cette association de producteurs de fruits sera connue sous le nom de "Société de production et d'expédition de fruits de Forest."

2. Le but de l'association est d'encourager parmi ses membres la production de meilleurs fruits et d'en faciliter la vente.

3. Une réunion annuelle des membres de l'association sera tenue le premier lundi de décembre de chaque année. Des réunions spéciales pourront être tenues à tout moment sur convocation par écrit du président.

4. Les directeurs de l'Association seront élus à la réunion annuelle.

5. A toute réunion des directeurs une représentation des deux tiers des directeurs constituera un quorum pour l'expédition des affaires.

6. Les officiers de l'association seront un président, un vice-président et un secrétaire-trésorier.

7. Immédiatement après la réunion annuelle et l'élection des directeurs, ces derniers devront élire les officiers mentionnés dans le statut 6 ; le président et le vice-président seront choisis parmi les directeurs.

8. Le président, ou en son absence, le vice-président, présidera à toutes les réunions de l'association ; en l'absence des deux, un président sera choisi parmi l'assemblée.

9. Le secrétaire-trésorier tiendra un registre des délibérations des assemblées des directeurs de l'association. Il tiendra aussi un compte de tous les reçus et de toutes les dépenses de l'association.

10. Tout producteur de fruits dans un rayon de huit milles de Forest sera éligible comme membre de l'Association sur vote des deux tiers des directeurs.

11. Les statuts ou les règlements pourront être amendés à toute réunion régulière ou spéciale par un vote des deux tiers des directeurs.

SOCIETE DE PRODUCTION ET D'EXPEDITION DE FRUITS DE FOREST.

REGLEMENTS.

1. Le bureau des directeurs se réunira une fois ou deux fois par mois à l'appel du président, à partir du 1er juillet de chaque année, au plus tard.

2 Les officiers seront tenus d'assister aux réunions régulières ou spéciales de l'association jusqu'à ce que leurs successeurs soient élus.

3. Qunnd une charge sera vacante par suite de décès ou de démission un remplaçant devra être nommé à la réunion régulière ou spéciale qui suivra.

4. Lors de la réunion annuelle, le président devra produire un état complet des affaires de l'association.

5. Tous les membres de l'association devront cueillir leurs fruits en bon état et en faire la livraison au hangar d'emballage ou au point d'expédition.

6. Un inspecteur ou un gérant sera nommé par les directeurs pour surveiller le classement et l'emballage des fruits de l'association et le salaire du dit inspecteur ou gérant sera fixé lors de sa nomination.

7. Le surintendant dounera à chaque producteur qui expédie par l'association des instructions personnelles, au verger, sur la manière d'assortir et de marquer les fruits pour se conformer à la loi sur les marques des fruits.

8. Il sera chargé de commander et de retenir les wagons réfrigérants nécessaires, et de les faire remplir d'une quantité suffisante de glace.

9. Il se tiendra en communication continuelle avec le vendeur et recevra les commandes pour les communiquer aux membres de l'association.

10. Il rassemblera les expéditions pour en faire des chargements de wagons complets et fera connaître aux membres le moment opportun pour emballer et transporter les fruits au hangar d'emballage ou au point d'expédion.

11. Il préparera un état des noms et des variétés de fruits de chaque expéditeur, dans chaque wagon, et enverra une copie de cet état à l'acheteur.

12. Il inspectera aussi un certain nombre des barils de chaque expéditeur dans chaque wagon immédiatement avant l'expédition, afin de s'assurer si la loi sur les marques des fruits a été observée, et s'il trouve qu'un expéditeur a intentionnellement violé la loi il refusera d'accepter les fruits de cet expéditeur et le tiendra responsable de la place inoccupée dans le wagon.

13. Il est entendu que l'expéditeur sera responsable de la place commandée dans le wagon, qu'il l'occupe ou non.

14. Si l'inspecteur n'est pas d'accord avec les expéditeurs au sujet de l'assortiment des pommes il devra, pour régler le différent, choisir un directeur. De son côté l'expéditeur choisira aussi un directeur et les deux, après s'être adjoint une personne désintéressée, donneront une décision basée sur la loi des marques des fruits.

15. Tous les frais de la mise de la place dans les wagons devront être payés avant le départ du wagon et afin de couvrir ces frais il sera perçu un certain montant sur chaque baril chargé dans le wagon.

16. Tout membre aura le droit de donner les fruits de son verger si bon lui semble, mais il ne devra pas vendre de fruits en dehors de la Société à l'exception des pommes tombées, ou des rebuts, ou de tous les fruits qui n'auront pas été acceptés par la Société. Tout membre qui enfreindra ce règlement devra verser dans le trésor de la Société la somme de 50 centins pour chaque baril de fruits ainsi vendu, à l'exception des dits fruits de qualité inférieure.

17. Si, dans l'opinion des directeurs, il est impossible de recevoir au hangar d'emballage de la Société tous les fruits produits par les membres, les directeurs pourront permettre à certains membres d'assortir et d'emballer eux-mêmes leurs fruits, l'expédition devant se faire par l'entremise de la Société, et l'assortiment et l'emballage devant être sujets à inspection par l'inspecteur de la Société.

18. Tous les membres de l'Association devront pulvériser leurs vergers au moins quatre fois par saison et autant de fois supplémentaires qu'ils jugeront à propos.

19. Nul producteur de fruits ne sera admis membre de l'Association si ce n'est par un vote des deux tiers des directeurs.

APPENDICE 3.

BOURSE DES CULTIVATEURS DE KELOWNA.

STATUTS ET RÈGLEMENTS.

1. La Bourse des cultivateurs de Kelowna a pour but d'écouler toutes les sortes de produits cultivés par ses membres.

2. Les centres d'expédition pour ces produits seront choisis par les membres de la Bourse.

3. A l'assemblée annuelle les membres éliront un bureau de cinq directeurs lesquels, à leur première réunion, éliront parmi eux le Président, le Vice-Président et le deuxième Vice-Président.

4. Les directeurs seront élus chaque année par un vote et resteront en fonction pendant une année, à moins qu'ils ne soient remplacés pour cause.

5. Tout directeur, à tout moment, et pour quelque cause que ce soit, pourra être démis de ses fonctions quand une majorité des deux tiers de la Bourse jugera que la destitution de ce directeur est de l'intérêt de l'Association. Quand un directeur aura été ainsi démis, un remplaçant sera élu par l'assemblée à la même réunion, pour le terme non expiré.

6. Les opérations générales de la Bourse seront confiées à un secrétaire, choisi par les directeurs. Ce secrétaire sera chargé de la direction générale de la Bourse ; la sollicitation des commandes, la surveillance de la livraison des produits, et l'inspection de ces derniers, le chargement des wagons pour l'expédition, la tenue des comptes ; il recevra toutes les sommes d'argent dues ou payables à la Bourse et déposera toutes sommes reçues dans une banque autorisée dont le choix aura été approuvé par le bureau des directeurs. Aucun paiement ne sera fait sans l'ordre écrit du secrétaire-trésorier et du président, ou en cas d'absence de ce dernier, du vice-président, ou en son absence, du deuxième vice-président. Le secrétaire sera aussi chargé de donner avis de toutes les réunions de l'association et du bureau des directeurs ; de tenir un registre des délibérations des assemblées, d'écrire toutes lettres au nom de l'association et prendre soin de sa correspondance ; de garder copie de ces lettres dans un livre destiné à cet effet

7. Les livres de la Bourse seront ouverts à l'inspection des directeurs en tout temps, et à un jour de la semaine qui sera fixé aux membres ordinaires.

8. Le secrétaire sera requis de fournir une garantie au montant exigé par le bureau des directeurs.

9. Chaque membre devra avoir un numéro ou une marque qui sera apposée sur chaque sac, caisse, boîte, ou autre colis expédié par lui. Les directeurs indiqueront la manière d'appliquer cette marque.

10. Tous les produits devront être inspectés avant l'expédition et si un produit n'est pas de bonne qualité, ou n'est pas en état d'être expédié, ce produit sera assorti, ou recevra les manutentions nécessaires, aux frais de la personne à laquelle il appartient.

11. On prélèvera un montant proportionnel sur chaque vente afin de créer un fonds qui servira à couvrir toute perte causée par la gelée, le transport, les mauvaises dettes, ou toute autre cause non imputable à l'expéditeur.

12. Les expéditeurs seront payés pour leurs produits quand la Bourse aura reçu remise du montant des ventes, à moins qu'il n'en soit ordonné autrement par le bureau des directeurs au complet.

13. Dans le cas où la demande pour une catégorie de produits serait inférieure à la quantité disponible de ces produits, chaque membre sera appelé à fournir une quantité proportionnelle en tant que la chose sera possible pour la bonne exécution de la commande et la commodité des expéditeurs.

14. Aucune réclamation pour expédition de produits faite par un membre ne sera considérée à moins que ces produits n'aient été livrés au point d'expédition spécifie et trouvés en bon état pour expédition, ou qu'ils n'aient été préparés pour l'expédition conformément au réglement 10.

15. Le bureau des directeurs fixera le type de qualité requis pour les marchandises et l'état dans lequel ces marchandises devront être livrées pour expédition, y compris la sorte et la qualité des sacs, des caisses, des boîtes, ou des autres emballages employés.

16. Le bureau des directeurs fixera le montant du salaire qui sera payé au secrétaire, nommé d'après le règlement 7

17. Trois membres du bureau des directeurs formeront un quorum.

18. Tout membre de la Bourse entravant les opérations de la Bourse de façon à causer des embarras, pourra être suspendu par le secrétaire jusqu'à ce que la question ait été réglée par le bureau des directeurs. Tout membre après s'être engagé envers le bureau des directeurs à céder ses produits à un prix déterminé ne sera pas libre d'accepter une offre plus élevée d'un autre acheteur à moins de donner d'abord l'option à la Bourse.

19. Toute plainte devra être faite par écrit et adressée au bureau des directeurs.

20. Deux auditeurs seront choisis annuellement pour vérifier les livres et les comptes de la Bourse à la fin de la saison d'expédition ou plus souvent si le bureau des directeurs l'exige.

21. Chaque part de la Bourse des cultivateurs de Kelowna aura une valeur de $5.00 et chaque membre devra souscrire au moins une part.

22. Une réunion des actionnaires pourra être convoquée à tout moment pour leur demander de fixer le prix qu'ils sont prêts à accepter pour leur marchandises, et on ne s'écartera de ce prix dans aucun cas, à moins que le bureau des directeurs ne décide autrement dans l'intérêt de tous.

23. Pour les frais d'opération de la Bourse, on prélèvera un pourcentage sur le montant des ventes de marchandises faites par la Bourse. Le montant de se pourcentage sera fixé par le bureau des directeurs.

24. Un vote d'une majorité des deux tiers des membres de la Bourse annulera toute action ou décision des directeurs, et tout membre pourra appeler de la décision du bureau des directeurs aux membres de la Bourse. Dans ce cas la décision des membres de la Bourse sera finale.

25. Ces règlements ne pourront être changés que par un vote d'une majorité des deux tiers des membres de la Bourse, pris à la réunion convoquée pour considérer ce changement, et les avis pour la dite réunion devront avoir été donnés au moins 10 jours d'avance.

25*a*. A toute assemblée des actionnaires, une majorité du capital souscrit sur lequel tous les versements exigés auront été payés au complet, constituera un quorum, et aucun vote non représenté par une action sur laquelle tous les versements demandés ont été faits ne sera compté.

25*b*. Les directeurs auront le pouvoir d'exiger des versements sur le capital actions et en cas de non paiement dans les trente jours qui suivront la date de l'avis de ce versement sur le journal local, les actions seront confisquées. Les directeurs pourront vendre ces actions confisquées aux enchères publiques, à la plus haute enchère au comptant, après avoir donné trente jours d'avis de cette vente dans un journal local, et cette vente se fera à la porte du bureau de la Bourse.

25*c*. On ne paiera pas plus de 5 pour cent de dividende sur le capital de la bourse, et tous les fonds de surplus seront affectés aux dépenses courantes de la Bourse.

25*d*. Le Président votera en toute occasion et n'aura pas de voie prépondérante.

26. L'assemblée annuelle de la Bourse des cultivateurs de Kelowna sera tenue le premier lundi de janvier de chaque année.

APPENDICE 4.

STATUTS ET RÈGLEMENTS DE LA COMPAGNIE DE FRUITS D'ISLAND ET GYPSUM, CONSTITUÉE SOUS LES LOIS D'IDAHO. CAPITAL-ACTIONS $5000. ACTE AMENDÉ LE 13 JUIN 1900.

STATUTS.

Article 1.—Cette associon de producteurs de fruits coustituée sous les lois d'Idaho, sera connue sous le nom de "Island and Gypsum Fruit Company" avec un capital-actions de $5000.00.

Article 2.—Cette organisation a pour but de vendre les fruits produits par ses membres et aussi d'acheter et de vendre des fruits durant la saison, suivant les occasions.

Article 3.—L'assemblée annuelle des actionnaires de cette compagnie aura lieu le premier samedi de décembre de chaque année. Des réunions des actionnaires pourront être convoquée à tout moment par le président, sur avis par écrit envoyé à chaque actionnaire.

Article 4.—Cinq directeurs seront élus à l'assemblée annuelle des directeurs.

Article 5.—A toute réunion des actionnaires, une représentation des deux tiers du capital, soit en personne. soit par procuration écrite, constituera un quorum pour l'expédition des affaires.

Article 6.—Les officiers de la compagnie seront un Président, un Vice-Président, un Secrétaire et un Trésorier.

Article 7.—Immédiatement après la réunion annuelle des actionnaires et l'élection des directeurs, ces derniers devront élire les officiers nommés dans l'article 6.

Article 8.—Toutes les élections de la Compagnie se feront par vote sous la direction de deux rapporteurs nommés par le Président et la majorité des voix l'emportera.

Article 9.—Le Président, ou en son absence le Vice-Président, présidera à toutes les réunions des actionnaires ; en l'absence des deux un Président sera choisi par les actionnaires.

Article 10.—Le Secrétaire tiendra un registre des délibérations de toutes les réunions des actionnaires et des directeurs et recevra comme rémunération, pour chaque réunion à laquelle il sera acquitté de tous ses devoirs, la somme de $.....

Article 11.—Le Secrétaire tiendra un compte exact de tous les reçus et de toutes les dépenses, et fera un rapport annuel de l'état des finances ou aussi souvent que les directeurs le désireront.

Article 12.—Les directeurs pourront choisir trois des leurs pour agir comme comité exécutif (le Président présidera aux réunions de ce comité). Le dit comité sera chargé des affaires de l'Association durant la saison des fruits et ordonnera tous les achats de fourniture. Les directeurs fixeront le montant de la compensation que ce comité recevra.

Article 13.—Tout producteur de fruits du comté d'Ottawa, de cet état, sera éligible et deviendra membre par un vote favorable des deux tiers des actionnaires inscrits au moment de la demande d'admission. La valeur de chaque part de capital que la personne admise comme membre devra verser au trésor sera aussi fixée par un vote des deux tiers des membres.

Article 14.—Les statuts et les règlements pourront être amendés à toute réunion régulière ou extraordinaire par un vote des deux tiers des actionnaires ou du capital.

RÈGLEMENTS.

Article 1.—Durant toute saison ou la récolte des fruits ne manquera pas, le bureau des directeurs se réunira en session deux fois par mois et ces réunions commenceront avant le 15 juillet de chaque année.

Article 2.—Chaque année, durant la saison des fruits, le comité éxécutif se rassemblera au moins une fois par semaine ou plus souvent si les intérêts de la compagnie l'exigent.

Article 3.—Le président aura la surveillance général des affaires de la compagnie.

Article 4.—Le ou avant le 1er mai de chaque année quand la récolte des fruits ne manquera pas, les directeurs se réuniront et nommeront un gérant pour la saison.

Article 5.—Le gérant sera chargé de l'exécution des détails dans les affaires de la compagnie, sous la surveillance du Président.

Article 6.—Le gérant et le trésorier donneront des garanties, aux montants exigés par les directeurs.

Article 7.—Le gérant remettra toutes les sommes reçues au trésorier et celui-ci les déposera au crédit de la compagnie dans une banque désignée par les directeurs. Le trésorier vérifiera ces sommes sur un ordre du président contre-signé par le gérant, ou par ordre du gérant, suivant les instructions des directeurs.

Article 8.—Les officiers devront assister à toutés les réunions régulières ou extraordinaires de la compagnie et rester en fonctions jusqu'à ce que leurs successeurs soient élus.

Article 9.—Quand une vacance se présentera, soit par suite de décès ou de démission, dans une des charges établis par les statuts ou les réglements de la compagnie, cette vacance devra être remplie à la réunion régulière ou extraordinaire suivante.

Article 10.—A la réunion annuelle des actionnaires, le gérant produira chaque année un état complet des opérations.

Article 11.—Tout membre de la compagnie a le droit de se retirer à tout moment entre le mois de décembre et le premier jour d'avril. Un avis à cet effet devra être donné par écrit au président ou à un directeur de la compagnie. Ce membre retiré aura alors le privilège de vendre ou de disposer de ses fruits comme bon lui semblera mais cette compagnie ne prendra ni n'écoulera aucun des fruits de ce membre durant la saison courante à moins qu'il n'en soit décidé autrement par un vote des deux tiers de tous les membres.

Article 12.—En considération des différents versements exigés avant 1900 sur les actions actuelles, tout membre détenant ces actions recevra gratuitement une part de $50.00 pour chaque action ainsi tenue.

Tout membre expédiant au maximum 8,000 minots de fruits aura deux parts ($100.00) du capital actions et, pour augmentation de production, comme suit :

Une part pour toute quantité dépassant 3,000 minots jusqu'à 5,500.
Une part pour toute quantité dépassant 5,500 minots jusqu'à 8,500.
Une part pour toute quantité dépassant 8,500 minots jusqu'à 12,000.
Une part pour toute quantité dépassant 12,000 minots jusqu'à 16,000.
Une part pour toute quantité dépassant 16,000 minots jusqu'à 20,500.
Une part pour toute quantité dépassant 20,500 minots jusqu'à 25,500.
Une part pour toute quantité dépassant 25,500 minots jusqu'à 31,000.

Article 13.—Un dividende de 7% sera payé sur le capital moins les dépenses incidentes, telles que les réparations. l'assurance sur les bâtiments et les taxes. Cette somme de 7% sera perçue sur le montant des fruits de chaque membre proportionnellement au nombre des minots de fruits crédité à chaque membre.

Article 14.—Les dividendes sur le capital mentionnés dans l'article précédent ne seront pas payés quand la récolte des fruits fera défaut. Dans ce cas il n'y aura pas de dividendes.

Article 15.—Tout transfert d'action sera illégal s'il n'est dûment enregistré dans les livres de la compagnie.

Article 16.—Toutes les pêches, les poires, les prunes et les coings produits par les membres de la compagnie devront être livrés au hangar d'emballage de la compagnie pour y être assortis, emballés et expédiés.

Les raisons et autres petits fruits pourront être vendus par l'entremise de la compagnie, qui prélèvera pour cette vente une commission de un centin par panier.

Article 17.—Tout membre devra cueillir ses fruits en bon état et les transporter promptement au hangar d'emballage de la compagnie. La compagnie pourra accepter les fruits verts ou trop mûrs, ou les fruits tombés apportés par les membres, et les dits membres seront crédités du prix moyen que ces prix rapporteront.

Article 18.—Tout membre aura le droit de donner, si bon lui semble, les fruits qu'il a produits, mais il ne doit pas chercher à faire des ventes de fruits en dehors de la compagnie à l'exception des fruits tombés ou des fruits de qualités inférieures que la compagnie n'aurait pas acceptés. Tout membre agissant autrement devra payer au trésor de la compagnie la somme de 50 centins par minot pour les fruits ainsi vendus à l'exception des ventes de qualités ci-dessus mentionnées.

Article 19.—Tous les fruits apportés seront crédités à la personne qui les aura fournis, au prix moyen de vente, le jour de la livraison. La compagnie pourra retenir un tiers du montant ainsi crédité jusqu'à la fin de la saison et déduira de la somme totale ainsi retenue de tous les membres tous les frais et pertes à la fin de la saison. Les membres de la compagnie devront payer toutes les dépenses de manutention, d'emballage et d'expédition des fruits en proportion du nombre des minots de fruits crédité à chacun d'eux. Toutes les pertes et toutes les réductions seront déduites du compte de chaque membre en proportion du montant de ce compte.

Article 20.—Quand les directeurs décideront qu'il est impossible de recevoir au hangar de la compagnie toutes les pêches produites par les membres, ils pourront permettre à certains d'entre eux de classer et d'emballer eux mêmes leurs pêches pour expédition par la compagnie. Cette période sera limitée au gré des directeurs. Une compensation raisonnable sera accordée pour le classement et l'emballage.

Article 21.—Les additions permanentes ou temporaires ou les extensions, ou les nouveaux bâtiments, qui pourront être construits par la compagnie, y compris la glacière actuelle, seront payées à même le capital par un fonds suffisant pour défrayer ces dépenses, et ce fond sera prélevé par des versements exigés sur le dit capital, dû par chaque membre, et non comme un détail de frais généreux.

Article 22.—Le coût de la glace et le coût de l'emmagasinage de la glace dans la glacière, chaque saison, seront entrés dans les frais généraux et payés conformément à l'article 19 des règlements.

Article 23.—Avant la réunion annuelle mentionnée dans l'article 2 de la constitution, si il reste des fonds disponibles dans le trésor après que toutes les dettes auront été payées, le bureau des directeurs pourra, s'il le juge à propos, déclarer un dividende qui sera payé à chaque actionnaire inscrit avant le premier jour de décembre de chaque année.